

AZTI-Tecnalia inicia un estudio con marcas electrónicas para conocer el comportamiento del bonito

- **La campaña se inició el 1 de junio y se prolongará durante todo el verano**
- **Dos investigadores de AZTI-Tecnalia se han embarcado en un barco de cacea y en uno de cebo vivo para colocar las marcas a los ejemplares capturados**
- **Las marcas “pop up” o satelitarias no necesitan ser recuperadas, lo que permitirá recoger más información que posibilite mejorar el conocimiento del comportamiento de los peces y contribuir con ello a una mejor gestión pesquera más responsable**

(Sukarrieta, a 2 de junio de 2010) **La primera campaña científica de marcado y seguimiento de atún blanco (*Thunnus alalunga*) mediante marcas “pop up” o satelitarias ha arrancado el 1 de junio en el puerto de Hondarribia. Esta iniciativa cuenta con la financiación del Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco, y está orientada a conseguir información sobre la migración y comportamiento de esta especie para contribuir a la evaluación integral y a la formulación del Consejo Científico de gestión de los recursos de túnidos templados (atún blanco y atún rojo) en aguas del Golfo de Bizkaia.**

Organizado por AZTI-Tecnalia, la campaña tendrá lugar durante los meses estivales y en tanto dure la costera del bonito en aguas del Atlántico. Dos

investigadores del centro tecnológico se embarcarán a bordo de dos barcos de bajura con el fin de colocar en el dorso de varios bonitos un transmisor, así como proceder, mediante cirugía, a implantar varias marcas electrónicas internas. Si bien se ha demostrado en otras campañas anteriores que esta fijación intramuscular es un método viable con repercusiones mínimas sobre el comportamiento del pez, es la primera vez que se pretende marcar con este tipo de marcas satelitarias individuos de esta especie cuya delicadeza será clave para el éxito de la campaña.

A diferencia de las marcas fijas, que si bien permiten obtener información bastante detallada sobre la posición y los movimientos del pez (con variables tales como la presión –profundidad-, temperatura –interna y externa- y la luz ambiental) tienen como principal limitación la necesidad de recuperar el pez para acceder a los datos, las marcas “pop-up” aumentan la probabilidad de recuperar los datos, ya que, se desprenden de forma automática y al llegar a la superficie emiten su información vía satélite al centro de control. Las marcas están operativas entre 4 y 9 meses, recopilando y almacenando información, todo ello en un aparato de 40 gramos, que soporta 150 atmósferas y la rápida natación del bonito.

Para fomentar la recuperación de marcas, los programas que llevan a cabo el marcado de tónidos tienen establecido un tipo de recompensa. No en vano, para que un programa de marcado tenga éxito, es esencial contar con la colaboración, tanto de los pescadores deportivos como de la industria, en la recuperación de las marcas. Por ello, AZTI-Tecnalia desarrolla este proyecto en colaboración con el sector pesquero, lo que está permitiendo avanzar en un mejor conocimiento del comportamiento de las especies pesqueras, y posicionar a nuestra comunidad en el ámbito internacional de la investigación en este campo. También se colabora desde 2001 con los

clubes de pesca deportiva y en la VII Copa Euskadi de pesca responsable, con el fin de potenciar este tipo de pesca.

El marcado es una técnica con la que AZTI-Tecnalia ha obtenido grandes éxitos hasta la fecha. Así, por ejemplo, en agosto de 2009 se recuperó una marca electrónica que reveló que el cimarrón marcado había hecho inmersiones que llegaron a superar los 1.000 metros de profundidad. En 2007, por su parte, un pescador deportivo de Massachusetts recapturó un atún que había sido marcado dos años atrás por un barco con base en el puerto deportivo de Hondarribia. En la última década se han marcado más de 5.000 ejemplares con marcas convencionales, tanto en los campeonatos con modalidad de marcaje y suelta, como durante la actividad habitual de las embarcaciones recreativas. Esta colaboración con pescadores recreativos ha implicado a más de un centenar de embarcaciones.